

exportar

¿cómo cumplir el sueño de vender diseño argentino en el exterior? el sector opina con columnas, reclamos y experiencias realizadas

THE RESIDENCE OF THE PROPERTY OF THE PARTY O



Con altísimo valor agregado, la exportación de diseño no sólo po impulsar un sector de particular creatividad, sino que también p hasta cambiar el perfil del comercio exterior argentino. En esta n protagonistas de la actividad explican qué falta para cumplir el s

Ideas de Cherny

Usos, prioridades, materiales, en la visión de un arquitecto argentino que propone una vuelta a ciertas recetas simples y al "uno a uno" con el cliente.

POR MATÍAS GIGLI

Ya no podemos traer importados. Hay que volver a los materiales simples. Para Rubén Cherny, no es una cuestión de principios sino de realidad, parte de una reflexión del arquitecto sobre la dura situación actual. Hay una diferencia entre el diseño arquitectónico y el proyecto en arquitectura, explica Cherny. Uno tiende a la forma, a la imagen; el otro intenta empezar desde la función, el requerimiento del usuario; se analiza el problema y se llega a una solución alejada de las tendencias y modas. Es una idea que el arquitecto usó en su proyecto premiado por la SCA el año pasado, para la sede del sindicato de restaurantes, bares y afines, edificio que se destaca por su sencillez. Como miembro del estudio Berdichevsky-Cherny, desarrolló en los últimos quince años importantes proyectos de oficinas y vivienda. Pero en este momento la arquitectura corporativa está parada: prácticamente no hay contratos para sedes bancarias, corporativas, empresariales. Concentrado en la vivienda, el estudio retomó la búsqueda de una arquitectura simple y sin gestos marquetineros. "En definitiva, el diseño y la arquitectura, al igual que cualquier disciplina de planificación racional de las conductas, pueden concentrarse tanto en desarrollar y perfeccionar lo superfluo, como colaborar en tareas superadoras. Y ello depende de qué cosa les encarguen," define Cherny. "En el tránsito de la cultura al marketing, del usuario al consumidor y del diseño como servicio al diseño como producto, tan importante como una ecología de la naturaleza, es una ecología de la cultura, ese otro hábitat, ya que el diseño y la arquitectura no sólo aspiran a mejorar la calidad de vida sino que, además, tienen un papel fundamental en la formación o deformación del gusto colectivo."

En el ámbito académico, lugar de reflexión en estos temas en el contexto de la cátedra de Horacio Baliero,

Cherny piensa en una arquitectura vista desde nuestra región, valorando el hormigón y el ladrillo, una integración con el verde, donde los exteriores y los interiores se tamizan con sombras y situaciones intermedias. Para Cherny, las caras de un edificio no son iguales, están orientadas a puntos cardinales diversos, lo que explica el recurso de los parasoles y las luces cenitales, y recuerda que una azotea es una quinta fachada, un lugar que existe y puede usarse. Algunas oficinas ganaron una inesperada parrilla en sus azoteas.

El estudio, por alguna extraña razón, edificó mucho en terrenos frente al ferrocarril, lotes de forma irregular que supieron valorar y usar para obras atípicas. Son pequeñas torres, viviendas en tres niveles con pequeña pisada sobre el terreno, tipologías novedosas. Cherny y Berdichevsky también recuerdan que la ciudad tiene un río, y sus obras lo incluyen, lo observan. Al predominio horizontal del paisaje fluvial se lo traslada a un edificio como el de CAPSA en Vicente López, una obra que se anima al acceso lateral y a tener su fachada principal dirigida al río y no a la línea municipal. Sin río, lo mismo sucede en otra sede corporativa, donde el aprovechamiento de un terreno con un gran frente consiste en girar el edificio, dejarlo ofreciendo un lateral hacia la calle y crear una fachada principal que mira al jardín y a una línea de árboles. El caso Compaq, en Vicente López, fue un caso de adaptación a la escala circundante. En un lote rodeado de altas torres, los pisos de la sede empresarial quedaban fuera de escala. La solución fue continuar la fachada y encajarla más armónicamente con lo que rodeaba la obra.

Una encomienda no termina con la lista de superficies y funciones pedidas por el cliente. Lo que distingue a un buen arquitecto es entender la inserción en la ciudad, el valor simbólico del edificio y las necesidades "uno a uno" de las situaciones de uso. Un perfil de las ideas de Cherny.

REINALDO J. LEIRO*

Tres reglas a seguir

En la actual coyuntura de nuestro país, la exportación enfrenta un desafío postergado desde hace varias décadas, en especial si nos referimos a productos que, como el mueble, tienen un altísimo valor cultural de prestación social y de significación. Este valor cultural es uno de los objetivos centrales del diseño. No se pueden exportar muebles desconociendo los siguientes requerimientos, sin mencionar los de logística y financiación:

- 1 buen diseño
- 2 diseño reconocido

3 adecuación a los códigos culturales y tecnológicos de los países de destino.

Estos aspectos configuran un paquete que podemos denominar "estrategia de producto" y que además incluye tanto la comunicación (folletería, manuales, etc.) como los envases correspondientes. Argentina, a pesar de contar con diseñadores de excelente nivel, no ha podido aún lograr la adecuada integración diseño-empresa ni el apoyo oficial que permita incorporar adecuadamente una nueva actividad exportable.

El último país de la Unión Europea incorporado a la agenda del Buen Diseño es España. Y esto sucedió, lo mismo que décadas antes en Italia, como resultado de una política que vinculó los intereses del artesanado, la industria y los diseñadores a través de la promoción, inversiones y apoyo financiero para el desarrollo de productos exportables. Es decir facilitando los objetivos de dicha política en todos los aspectos necesarios.

No es poco lo que se comenzó a hacer en nuestro país, pero evidentemente incorporar a la exportación nuevos productos no es todavía una prioridad debidamente instalada en Argentina.

* Arquitecto, presidente de BURO, director de GED Consultora para Pymes, FADU, UBA.

DANIEL MIRANDA*

No todo es e-mail

Todos sabemos que es preferible exportar zapatos que cuero, sidra que manzana y ropa que algodón, y esto es así porque en la transformación del producto primario se involucra una enorme cantidad de subproductos, insumos, mano de obra, calificada o no, en definitiva trabajo. Por estas mismas razones es preferible exportar diseño y no diseñadores. Pero esto es cambiar la política de los últimos 15 años. Significa renunciar al lujo de país rico que "regala" profesionales al mundo, los mismos profesionales que forma gratuitamente. Esto demanda de las autoridades crear las condiciones favorables para que esto suceda.

En ese sentido estamos trabajando y ya hemos tenido experiencias en España, desarrollando encomiendas para un estudio de ese país, participando en concursos en España y en Chile, país donde aso-

ciados con el es-

DOLORES NAVARRO OCAMPO*

¿Dale que exporta

¡Ahora hay que exportar! Un dicho que corre como reguero de pólvora. Va hacia un objetivo claro pero por el camino puede pifiar: la mecha no estaba bien fabricada, algo la interrumpió en su recorrido, o simplemente encontró algún astuto que la supo desactivar. Imágenes conocidas, asuntos posibles, realidades dolorosas. Por unos minutos juguemos a exportar, ¿dale? Un interesado aparece en el horizonte, le gusta una lámpara, el precio suena razonable y se entabla una negociación. ¿Exactamente, de dónde viene la lámpara? De Argentina, contesta-

> mos. ¿Dónde dice que está fabricada por allá? Toda-

tudio VSV acabamos de lograr el primer premio para la sede de los tribunales de Santiago.

Es cierto que la cosa no es tan fácil. Es una fantasía creer que el correo electrónico soluciona todo, aunque es verdaderamente un instrumento fantástico que permite agilizar el contacto y hace posible estas sociedades.

* Arquitecto.

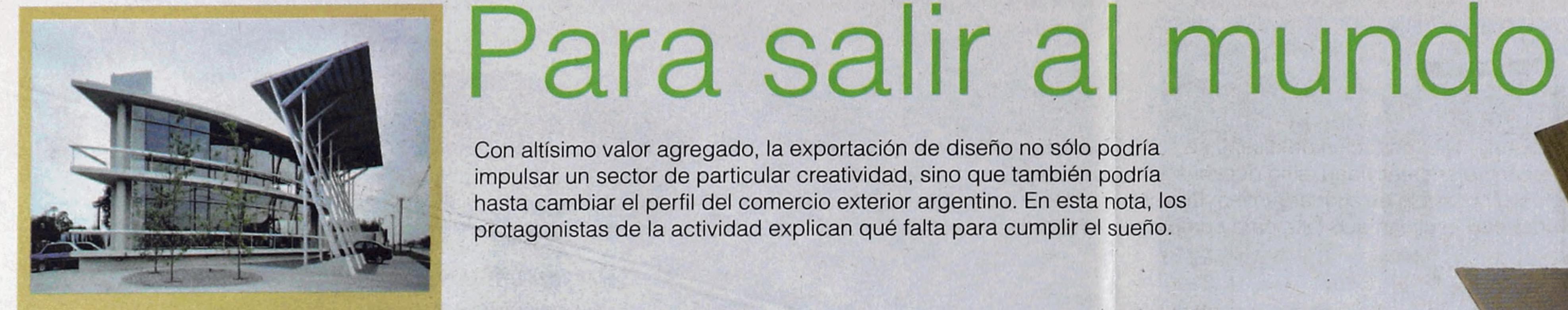
vía no tenemos etiquetas. ¿Con qué materiales está realizada? Bueno, e... es de aluminio, ¡ah! la pantalla es de acrílico. No veo dónde figuran las especificaciones y los materiales, dice. Estamos preparando las etiquetas pertinentes. Hasta acá vamos zafando. Pero no por mucho más. Asoman nuevos dardos: ;por qué no me comenta sobre los controles de calidad, cables, enchufes y demás necesidades? En cuanto al precio, ;sería CIF o FOB? ¿Y los costos del flete, los tiempos? ¿Cantidades?

POZOS GIEGOS A

BIOTANO es una novedosa planta de tratamiento de efluentes cloacales domiciliarios, diseñada y construída para dar solución eficiente, económica, sin mantenimiento y definitiva.



...la mejor solución a las necesidades sanitarias de su vivienda consultas al: 15-4446-2801



Con altísimo valor agregado, la exportación de diseño no sólo podría impulsar un sector de particular creatividad, sino que también podría hasta cambiar el perfil del comercio exterior argentino. En esta nota, los

Ideas de Cherny

Usos, prioridades, materiales, en la visión de un arquitecto argentino que propone una vuelta a ciertas recetas simples y al "uno a uno" con el cliente.

POR MATÍAS GIGLI

Ya no podemos traer importados. do el hormigón y el ladrillo, una inte-Hay que volver a los materiales gración con el verde, donde los extesimples. Para Rubén Cherny, no es una riores y los interiores se tamizan con cuestión de principios sino de realidad, sombras y situaciones intermedias. parte de una reflexión del arquitecto so- Para Cherny, las caras de un edificio bre la dura situación actual. Hay una di- no son iguales, están orientadas a ferencia entre el diseño arquitectónico puntos cardinales diversos, lo que exy el proyecto en arquitectura, explica plica el recurso de los parasoles y las Cherny. Uno tiende a la forma, a la ima- luces cenitales, y recuerda que una gen; el otro intenta empezar desde la azotea es una quinta fachada, un lufunción, el requerimiento del usuario; gar que existe y puede usarse. Alguse analiza el problema y se llega a una nas oficinas ganaron una inesperada solución alejada de las tendencias y parrilla en sus azoteas. modas. Es una idea que el arquitecto El estudio, por alguna extraña razón, usó en su proyecto premiado por la SCA edificó mucho en terrenos frente al feel año pasado, para la sede del sindi- rrocarril, lotes de forma irregular que cato de restaurantes, bares y afines, supieron valorar y usar para obras atíedificio que se destaca por su sencillez. picas. Son pequeñas torres, vivien-Como miembro del estudio Berdi- das en tres niveles con pequeña pichevsky-Cherny, desarrolló en los úl- sada sobre el terreno, tipologías notimos quince años importantes pro- vedosas. Cherny y Berdichevsky tamvectos de oficinas y vivienda. Pero en bién recuerdan que la ciudad tiene un este momento la arquitectura corpo- río, y sus obras lo incluyen, lo obserrativa está parada: prácticamente no van. Al predominio horizontal del paihay contratos para sedes bancarias, saje fluvial se lo traslada a un edificio corporativas, empresariales. Con- como el de CAPSA en Vicente López, centrado en la vivienda, el estudio re- una obra que se anima al acceso latomó la búsqueda de una arquitectu- teral y a tener su fachada principal dira simple y sin gestos marquetineros. rigida al río y no a la línea municipal. "En definitiva, el diseño y la arqui- Sin río, lo mismo sucede en otra setectura, al igual que cualquier disci- de corporativa, donde el aprovechaplina de planificación racional de las miento de un terreno con un gran frenconductas, pueden concentrarse te consiste en girar el edificio, dejartanto en desarrollar y perfeccionar lo ofreciendo un lateral hacia la calle lo superfluo, como colaborar en ta- y crear una fachada principal que mireas superadoras. Y ello depende ra al jardín y a una línea de árboles. de qué cosa les encarguen," define El caso Compaq, en Vicente López, Cherny. "En el tránsito de la cultura fue un caso de adaptación a la escaal marketing, del usuario al consu- la circundante. En un lote rodeado de midor y del diseño como servicio al altas torres, los pisos de la sede emdiseño como producto, tan impor- presarial quedaban fuera de escala. tante como una ecología de la natu- La solución fue continuar la fachada raleza, es una ecología de la cultu- y encajarla más armónicamente con ra, ese otro hábitat, ya que el dise- lo que rodeaba la obra. ño y la arquitectura no sólo aspiran Una encomienda no termina con la a mejorar la calidad de vida sino que, lista de superficies y funciones pediademás, tienen un papel fundamen- das por el cliente. Lo que distingue a

to de la cátedra de Horacio Baliero, perfil de las ideas de Cherny.

gusto colectivo."

Cherny piensa en una arquitectura vista desde nuestra región, valoran-

tal en la formación o deformación del un buen arquitecto es entender la inserción en la ciudad, el valor simbó-En el ámbito académico, lugar de re- lico del edificio y las necesidades "uno REINALDO J. LEIRO*

a seguir

enfrenta un desafío postergado des- dra que manzana y ropa que algodón, ¿Dale que exportamos? de logística y financiación:

- 1 buen diseño
- 2 diseño reconocido

3 adecuación a los códigos culturales y tecnológicos de los países de

pesar de contar con diseñadores de ciados con el esexcelente nivel, no ha podido aún lograr la adecuada integración diseño-empresa ni el apoyo oficial que permita incorporar adecuadamente

una nueva actividad exportable. El último país de la Unión Europea incorporado a la agenda del Buen Diseño es España. Y esto sucedió, lo mismo que décadas antes en Italia, como resultado de una política que vinculó los intereses del artesanado, la industria y los diseñadores a través de la promoción, inversiones y apoyo financiero para el desarrollo de productos exportables. Es decir facilitando los ob- tudio VSV acabajetivos de dicha política en todos mos de lograr el primer

los aspectos necesarios. No es poco lo que se comenzó a tribunales de Santiago. instalada en Argentina.

* Arquitecto, presidente de BURO, director de GED Consultora para Pymes, FADU, UBA.

DANIEL MIRANDA*

No todo es e-mail

En la actual coyuntura de Todos sabemos que es preferible DOLORES NAVARRO OCAMPO* nuestro país, la exportación exportar zapatos que cuero, side hace varias décadas, en especial y esto es así porque en la transformasi nos referimos a productos que, ción del producto primario se invode significación. Este valor cultural calificada o no, en definitiva trabajo. ro de pólvora. Va hacia un objeti- ras y concretas.

tería, manuales, etc.) como los en- pando en concursos en España y vases correspondientes. Argentina, a en Chile, país donde aso-

premio para la sede de los

estas sociedades.

* Arquitecto.

gala" profesionales al mundo, los sactivar. Imágenes conocidas, nota), o a un amigo que está en Estan importante como pensar qué bles. mismos profesionales que forma asuntos posibles, realidades dolo- esto, aunque lo mejor sería otro se quiere vender. gratuitamente. Esto demanda de las rosas. Por unos minutos juguemos diseñador que esté exportando En Argentina podemos concreta- BKF. Es el único producto argen- grande, que transforma la produc- envases de madera y encontré un autoridades crear las condiciones fa- a exportar, ¿dale? Un interesado ¿no? Y ahora viene lo que el ar- mente producir series pequeñas de tino con presencia mundial, sólo ción en un problema y que "atra- fabricante que pudo hacerme en aparece en el horizonte, le gusta quitecto Eduardo Goransky lla- objetos diseñados. Cualquier inten- que nadie sabía que era argentino. pa" al productor: si el objeto pasa precio bastidores para los sillones Estos aspectos configuran un paque- En ese sentido estamos trabajando una lámpara, el precio suena razo- ma "dejar el cuerpo por el cami- to de producir masivamente se en- Hice un arreglo con los dueños del de moda y no se compra más, se desarmados. te que podemos denominar "estra- y ya hemos tenido experiencias en nable y se entabla una negociación. no". Una lucha sin cuartel por cuentra con la competencia de pa- diseño para producir el original, no acaba el negocio completamente. El otro problema es el despachante tegia de producto" y que además in- España, desarrollando encomiendas ¿Exactamente, de dónde viene la aprender a mil, correr de despa- íses como China o India. Hay que copias. Luego me hice una pregun- Pasado ese año, fui al MoMA a con- de Aduanas, que cobra un mínimo. cluye tanto la comunicación (folle- para un estudio de ese país, partici- lámpara? De Argentina, contesta- cho en despacho -estatales y pri- ir al segmento ABC1, competir con ta: ¿Cómo se hace para imponer un seguir que me compraran. Esto des- Logré un costo fijo porque era para

dónde figuran las especificaciones yo en un fin de semana y mejor! y los materiales, dice. Estamos pre- Fin del cuento: ¿qué hacemos? tación nuevos productos no es to- rreo electrónico soluciona todo, dardos: ;por qué no me comenta se ve, que se valora, que se respe-

tiempos? ;Cantidades?

bles desconociendo los siguientes res. Pero esto es cambiar la política fabricada, algo la interrumpió en de retomamos? Llamamos a un necesaria para la empresa. requerimientos, sin mencionar los de los últimos 15 años. Significa re- su recorrido, o simplemente en- despachante, a un courier (para Segundo, y más importante aún, es o calzado es más fácil ver resultados También es relevante elegir bien al mo compartirlo. Mi problema nunciar al lujo de país rico que "re- contró algún astuto que la supo de- nosotros, una jerga hasta ahora ig- pensar a dónde quiere uno vender. que en otros como en el de los mue- comercializador, que sea alguien eran las cajas, pero eran carísimas, mos. ¿Dónde dice que vados-, preparar lo impensado, Italia, Suecia, Dinamarca, Finlan- producto a nivel global? Entonces pués de infinitas soluciones a pro- un museo en Nueva York. Esto es alestá fabricada por ajustar lo que debería estar ajus- dia, Holanda. allá? Toda- tado antes de empezar: en fin, Ya tenemos algunos actores institu- ducto -cuero y estructura exacta- epoxy, calidad del cuero y la costu- car y controlar, para ayudar a los peconvertirse en segundos en los Su- cionales consolidados en el proce- mente como estaban planteados en ra, etc. Al MoMA le interesó, pero queños exportadores. Finalmente, perman del subdesarrollo.

Si hace apenas un año nadie ha- la fundación Endeavour. Y también donde se encarga la producción el producto no se vende. ¿Cómo Justo se iba a inaugurar la nueva tienblaba de esto. Si hace apenas diez están las cámaras, que durante mu- afuera y se supervisa atentamente. cambiar un original para hacerlo da del MoMA y me piden que manaños –o más– que nadie consume cho tiempo se resistieron a integrar No es casual que fuera un produc- transportable y que no deje de ser de dos sillones para la exposición de diseño argentino en este país. Si diseño porque desconfiaban y porto de cuero: tenemos una ventaja original? Se dio la coyuntura que Artina uguración por DHL. Fui a ver hace la misma cantidad de años que les parecía más fácil y barato comparativa que nos permite com- turo Bonet en sus últimos años de cómo llegaba el sillón. Me quedé a vía no te- que no tenemos puntos de venta copiar. Este gap se fue reduciendo petir. Otros materiales son el alu- vida pasaba unos meses en Buenos la inauguración y desde entonces sodispuestos a abrirle las puertas al con el tiempo, en parte porque pe- minio y el mármol. quetas. ¿Con diseño argentino. Si hace ya no sé queños emprendimientos de los Es importante que los productos dio. Entonces le mostré mi idea de seo, a la que le hemos vendido hasqué materiales es- cuántos años escuchamos: ¡qué ca- mismos diseñadores demostraron tengan un alto valor agregado -que reemplazar las cuatro soldaduras por ta un juego de palitos chinos. tá realizada? Bueno, ro!, ¡si este otro que es chino sale la viabilidad económica de la crea- se lo da el diseño-, porque eso per- cuatro mediacañas con tornillos. A *Arquitecto, presidente e... es de aluminio, ¡ah! la menos de la mitad! O lo que des- ción propia. Palermo Viejo es una mite exportar siempre, pase lo que la hora de transportarlo, el volumen de BA Centro de Diseño. pantalla es de acrílico. No veo merece aún más: ¡pero si lo hago

parando las etiquetas pertinentes. El talento existe. La creatividad hacer en nuestro país, pero evi- Es cierto que la cosa no es tan fá- Hasta acá vamos zafando. Pero no no se discute, es como la demodentemente incorporar a la expor- cil. Es una fantasía creer que el co- por mucho más. Asoman nuevos cracia... Pero hace muy poco que davía una prioridad debidamente aunque es verdaderamente un ins- sobre los controles de calidad, ca- ta, que se contempla como a algo trumento fantástico que permite bles, enchufes y demás necesida- recién nacido. Y hasta damos graagilizar el contacto y hace posible des? En cuanto al precio, ;sería CIF cias que las desgracias nos hayan o FOB? ;Y los costos del flete, los hecho más argentinos que nunca. Nada viene mal, todo suma. Conclusión: armemos bases sólidas, serias, con futuro, vayamos creciendo de a poco, sin dejar el cuerpo. No armemos negocios ligados a la pólvora de los dólares, a la de los gobiernos, a la de los oportunistas de turno. Armemos entre todos lo que sea mejor para todos, sin agrandarnos, sin creer en los antiguos vestigios de que éramos los mejores, los más no sé qué, los...;dale?

* Creadora de Purodiseño Argentino

EDUARDO GORANSKY* Las etapas a cubrir

La primera etapa que no se vidriera de buena como el mueble, tienen un altísimo lucra una enorme cantidad de sub- Ahora hay que exportar! Un La conversación nos va arrinconan- puede saltar, es la de testear parte de ese proceso en valor cultural de prestación social y productos, insumos, mano de obra, dicho que corre como regue- do. Ya casi no caben respuestas cla- el producto en el mercado local, el que el pequeño emprepor lo menos por un año. Esto va- sario joven que genera su es uno de los objetivos centrales del Por estas mismas razones es preferi- vo claro pero por el camino pue- Pero todavía no perdimos del to- le para cualquier tipo de produc- propio diseño tiene el poder diseño. No se pueden exportar mue- ble exportar diseño y no diseñado- de pifiar: la mecha no estaba bien do, la podemos remar. ¿Por dón- to, es una experiencia de fogueo de decidir qué hacer. Por eso es

so de producción de diseño. Uno el original- y a venderlo aquí en el "tiene que ser transportable" por- me quedó lidiar con los costos ban-Mitad del cuento: todavía falta es el CMD, con sus incubadoras y mercado local. Usamos el único que si no no puede entrar en el ca- carios de las cartas de crédito, otro

que en rubros como indumentaria mos plata.

Veamos, como ejemplo, el sillón tienda va a necesitar un volumen qué en Avellaneda proveedores de comenzamos a desarrollar el pro- blemas como packaging, pintura go que el Gobierno debería modifiproyectos como el Eucalys. Otro es método apto en Argentina, el façon, tálogo: si el costo del envío es alto, tema que el Estado debería tratar.

sillón quedaba idéntico al original. A Bonet le encantó. pase: hiperin- cativo de cómo armarlo. Combi-

Volví a Nueva York, con el expliflación, retenciones namos precio y condiciones y me a las exportaciones, encargaron 50 sillones. Me faltareintegros, impuestos, ines- ban dos cosas que no había estutabilidad. Con el BKF siempre diado: cómo trasladarlo en pedipudimos exportar y nunca perdi- dos chicos. Yo sabía cómo llevarlo en un contenedor, pero no cóque venda series chicas. Una gran me dejaba fuera del mercado. Bus-

era muy inferior, una vez armado el

Aires y venía a trabajar a mi estu- mos proveedores de la tienda del mu-



dia 881 - C1427CNN Capital Federal - Tell/Fax: (011) 4551-5202 / 5205

tas@sage.com.ar - www.sage.com.a



MADERA NORUEGA & COMPANY

MUEBLES ARTESANALES DE MADERA

Camargo 940 (1414) Cap. Fed. Tel./Fax: 4855-7161 maderanoruega@fibertel.com.ar CONSÚLTENOS

POZOS CIEGOS E

BIOTANO es una novedosa planta de tratamiento de efluentes cloacales domiciliarios, diseñada y construída para dar solución eficiente, económica, sin mantenimiento y definitiva.

BIOTANDS

...la mejor solución a las necesidades sanitarias de su vivienda consultas al: 15-4446-2801

m² P2 08.03.2003

odría odría

odría ota, los ueño.

mos?

La conversación nos va arrinconando. Ya casi no caben respuestas claras y concretas.

Pero todavía no perdimos del todo, la podemos remar. ¿Por dónde retomamos? Llamamos a un despachante, a un courier (para nosotros, una jerga hasta ahora ignota), o a un amigo que está en esto, aunque lo mejor sería otro diseñador que esté exportando ;no? Y ahora viene lo que el arquitecto Eduardo Goransky llama "dejar el cuerpo por el camino". Una lucha sin cuartel por aprender a mil, correr de despacho en despacho -estatales y privados-, preparar lo impensado, ajustar lo que debería estar ajustado antes de empezar: en fin, convertirse en segundos en los Superman del subdesarrollo.

Mitad del cuento: todavía falta mucho.

Si hace apenas un año nadie hablaba de esto. Si hace apenas diez años —o más— que nadie consume diseño argentino en este país. Si hace la misma cantidad de años que no tenemos puntos de venta dispuestos a abrirle las puertas al diseño argentino. Si hace ya no sé cuántos años escuchamos: ¡qué caro!, ¡si este otro que es chino sale menos de la mitad! O lo que desmerece aún más: ¡pero si lo hago yo en un fin de semana y mejor! Fin del cuento: ¿qué hacemos?

El talento existe. La creatividad no se discute, es como la democracia... Pero hace muy poco que se ve, que se valora, que se respeta, que se contempla como a algo recién nacido. Y hasta damos gracias que las desgracias nos hayan hecho más argentinos que nunca. Nada viene mal, todo suma. Conclusión: armemos bases sólidas; serias, con futuro, vayamos creciendo de a poco, sin dejar el cuerpo. No armemos negocios ligados a la pólvora de los dólares, a la de los gobiernos, a la de los oportunistas de turno. Armemos entre todos lo que sea mejor para todos, sin agrandarnos, sin creer en los antiguos vestigios de que éramos los mejores, los más no sé qué, los...;dale?

* Creadora de Purodiseño Argentino

Las etapas a cubrir

EDUARDO GORANSKY*

La primera etapa que no se puede saltar, es la de testear el producto en el mercado local, por lo menos por un año. Esto vale para cualquier tipo de producto, es una experiencia de fogueo necesaria para la empresa.

Segundo, y más importante aún, es pensar a dónde quiere uno vender. Es tan importante como pensar qué se quiere vender.

En Argentina podemos concretamente producir series pequeñas de objetos diseñados. Cualquier intento de producir masivamente se encuentra con la competencia de países como China o India. Hay que ir al segmento ABC1, competir con Italia, Suecia, Dinamarca, Finlandia, Holanda.

Ya tenemos algunos actores institucionales consolidados en el proceso de producción de diseño. Uno es el CMD, con sus incubadoras y proyectos como el Eucalys. Otro es la fundación Endeavour. Y también están las cámaras, que durante mucho tiempo se resistieron a integrar diseño porque desconfiaban y porque les parecía más fácil y barato copiar. Este gap se fue reduciendo con el tiempo, en parte porque pequeños emprendimientos de los mismos diseñadores demostraron la viabilidad económica de la creación propia. Palermo Viejo es una

vidriera de buena
parte de ese proceso en
el que el pequeño empresario joven que genera su
propio diseño tiene el poder
de decidir qué hacer. Por eso es
que en rubros como indumentaria
o calzado es más fácil ver resultados
que en otros como en el de los muebles

Veamos, como ejemplo, el sillón BKF. Es el único producto argentino con presencia mundial, sólo que nadie sabía que era argentino. Hice un arreglo con los dueños del diseño para producir el original, no copias. Luego me hice una pregunta: ¿Cómo se hace para imponer un producto a nivel global? Entonces comenzamos a desarrollar el producto -cuero y estructura exactamente como estaban planteados en el original- y a venderlo aquí en el mercado local. Usamos el único método apto en Argentina, el façon, donde se encarga la producción afuera y se supervisa atentamente. No es casual que fuera un producto de cuero: tenemos una ventaja comparativa que nos permite competir. Otros materiales son el aluminio y el mármol.

Es importante que los productos tengan un alto valor agregado—que se lo da el diseño—, porque eso permite exportar siempre, pase lo que

pase: hiperinflación, retenciones
a las exportaciones,
reintegros, impuestos, inestabilidad. Con el BKF siempre
pudimos exportar y nunca perdimos plata.

También es relevante elegir bien al comercializador, que sea alguien que venda series chicas. Una gran tienda va a necesitar un volumen grande, que transforma la producción en un problema y que "atrapa" al productor: si el objeto pasa de moda y no se compra más, se acaba el negocio completamente. Pasado ese año, fui al MoMA a conseguir que me compraran. Esto después de infinitas soluciones a problemas como packaging, pintura epoxy, calidad del cuero y la costura, etc. Al MoMA le interesó, pero "tiene que ser transportable" porque si no no puede entrar en el catálogo: si el costo del envío es alto, el producto no se vende. ¿Cómo cambiar un original para hacerlo transportable y que no deje de ser original? Se dio la coyuntura que Arturo Bonet en sus últimos años de vida pasaba unos meses en Buenos Aires y venía a trabajar a mi estudio. Entonces le mostré mi idea de reemplazar las cuatro soldaduras por cuatro mediacañas con tornillos. A la hora de transportarlo, el volumen

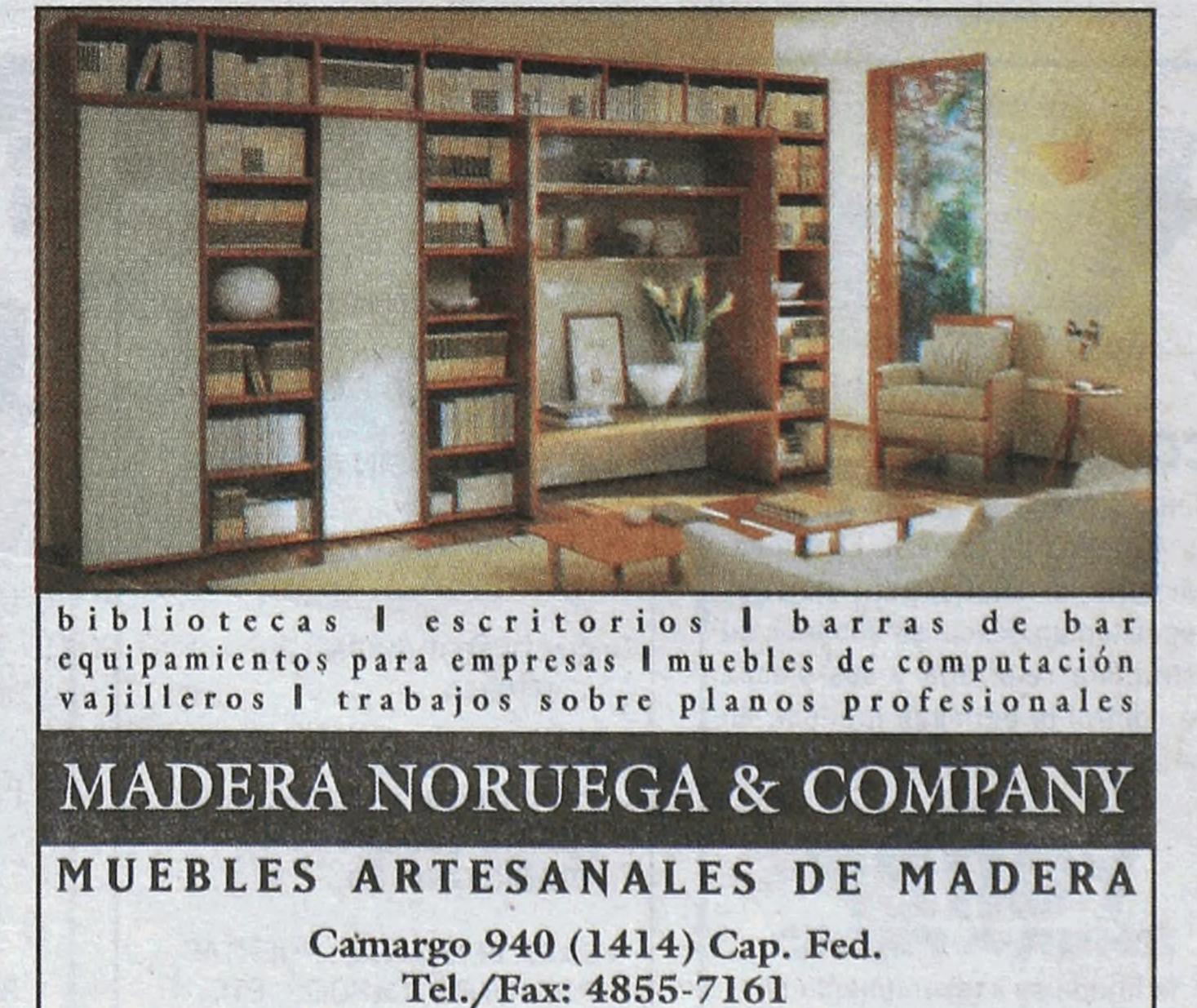
era muy inferior, una vez armado el sillón quedaba idéntico al original. A Bonet le encantó.

Volví a Nueva York, con el explicativo de cómo armarlo. Combinamos precio y condiciones y me encargaron 50 sillones. Me faltaban dos cosas que no había estudiado: cómo trasladarlo en pedidos chicos. Yo sabía cómo llevarlo en un contenedor, pero no cómo compartirlo. Mi problema eran las cajas, pero eran carísimas, me dejaba fuera del mercado. Busqué en Avellaneda proveedores de envases de madera y encontré un fabricante que pudo hacerme en precio bastidores para los sillones desarmados.

El otro problema es el despachante de Aduanas, que cobra un mínimo. Logré un costo fijo porque era para un museo en Nueva York. Esto es algo que el Gobierno debería modificar y controlar, para ayudar a los pequeños exportadores. Finalmente, me quedó lidiar con los costos bancarios de las cartas de crédito, otro tema que el Estado debería tratar. Justo se iba a inaugurar la nueva tienda del MoMA y me piden que mande dos sillones para la exposición de inauguración por DHL. Fui a ver cómo llegaba el sillón. Me quedé a la inauguración y desde entonces somos proveedores de la tienda del museo, a la que le hemos vendido hasta un juego de palitos chinos.

* Arquitecto, presidente de BA Centro de Diseño.





maderanoruega@fibertel.com.ar

CONSÚLTENOS







LA SUCURSAL DE LA AFIP CONSERVA SU TEXTURA ART DECO. LA ESCALERA ES UNA PRECIOSURA QUE SOLO TIENE DETERIOROS DE USO. LAS CUATRO ABERTURAS ENTRE LAS DOS PLANTAS SON PROTAGONISTAS, ARRIBA CON SUS BARANDAS Y DESDE ABAJO CON UNA AGRADABLE SENSACION DE DOBLE ALTURA Y LAS CLARABOYAS QUE DAN LUMINOSIDAD. NOTEN LAS PANELERIAS QUE TODAVIA DECORAN MUROS Y COLUMNAS.

La vieja tienda de la calle Perón es ahora una sede de la AFIP. Por un convenio con FADU, será intervenida para destacar lo mucho que todavía conserva de su decoración Art Decó.

POR SERGIO KIERNAN

Hay que prestar atención para verla, y una agencia de la AFIP no es algo que uno mire con ganas. El que haga el esfuerzo puede notar una casa de altos con aire a barrio, encajonada entre una esquina de la Diagonal Norte y el pedazo de hormigón de ejemplar fealdad de Perón y Suipacha. La fachada exhibe la simplicidad del buen Art Decó, un muro liso con ventanas en tronera, "bigotitos navales" de decoración, pequeñas y elongadas aplicaciones de granito negro. A la izquierda, en la azotea y tomando · da y reemplazada por el inevitable el primer piso, todavía se alza la falsa torreta tubular donde colgaba el cartel que alguna vez hizo famoso el edificio: Tienda El Nene. Era una dirección tradicional de la vieja Cangallo al 700, un ejemplar de la fauna de tiendas medianas que superaban al simple boliche o la

COLCHONES ROLLER

Único sistema de dormir Ajustable

en 4 grados de firmeza. Ergonómi-

camente diseñado para quienes

necesitan un descanso superior, su

estructura reforzada y sus placas

de control le permiten graduar, en

cada plaza, la firmeza de la unidad.

le brinda su asesoramiento en

G. Araoz Alfaro 324, Tel. 4901-9876

y 4902-2452, Buenos Aires

www.colchonesroller.com.ar

posterior boutique, y no llegaban a la liga de grandes tiendas. Sus sedes eran especialmente diseñadas y cuidadosamente equipadas, sin llegarle al despliegue suntuoso de un Harrods o un Gath & Chaves. Por suerte, nadie se ocupó de vandalizar la sede de El Nene, transformada hace años en sede estatal con el simple expediente de una mano de pintura y algunas instalaciones. Más o menos intacta, la ahora oficina de la AFIP será remodelada con respeto a sus viejas características en el marco del convenio entre la FA-DU y la AFIP.

Excepto por la vidriera, desapareciblíndex, la estructura básica de El Nene sigue allí. El salón de planta baja conserva notablemente intacto su pavimento de graníticos co-

la pieza principal. Las columnas siguen ahí, con sus revestimientos de enchapado de madera que le dan una falsa sección redonda y con sus portatubos en círculo a modo de capitel, lugar donde antes se colocaban publicidades transparentes. Lo más notable del lugar es el cielorraso, que exhibe prácticamente todas sus luminarias de cobre, oscuras por el tiempo pero funcionando a pleno, calzadas con molduras curvilíneas que cuelgan del nivel principal. El cielorraso está dominado por cuatro grandes aberturas ovaladas. Al pararse debajo de una, se ve el primer piso, con antepecho y una coqueta baranda decó, y más arriba una lucarna elegante y sencilla que deja entrar la luz desde la azotea.

El fondo de la tienda, hoy por detrás de una línea de escritorios y una montaña de expedientes, conserva los probadores de madera, con espejos y hasta algunos percheros, con un encantador hall de distribución con dos grandes nichos decorativos, que termina en una suerte de ábside con ventanal de vidrios grabados al ácido -las famosas palmeritas decó- y un macetero de material que hasta tiene la instalación para un tubo curvo que ilumine las plantas por detrás. Ocultos, están el baño original y un pequeño sector de servicios.

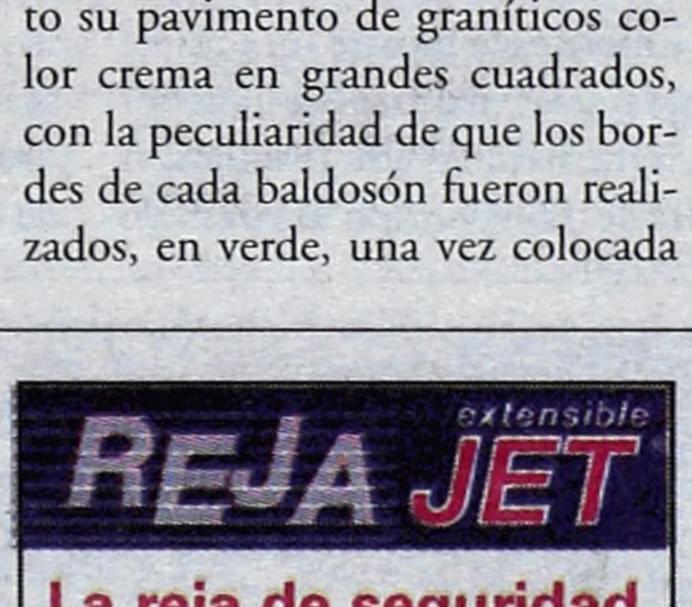
Una mampara esconde hoy la escalera al primer piso, un espléndido ejemplo de art decó en piedra clara y baranda con motivo de olas en bronce cromado. Excepto un pequeño lateral rajado y mínimos desgastes de uso, la escalera entera está intacta. A su pie, el ascensor con un reloj minimalista sobre la puerta. Al costado, un radiador de calefacción oculto tras una mampara que parece una radio gigante a válvula.

El primer piso es idéntico a la planta baja, pero más despojado. Su único lujo son las barandas que balconean para abajo, iguales a las de la escalera principal, y un suntuoso corbatero de enchapado de madera con grandes espejos. Al frente, la línea de ventanas tiene sus cerramientos originales y el piso está todavía mejor que el inferior.

Los profesionales que realizarán la intervención en el marco del convenio piensan reducir al mínimo su impacto. Se van a replantear circulaciones, lo que implica simplemente reacomodar los muebles, unificar texturas y alturas, y mudar de posición equipos de informática y comunicaciones. Si el presupuesto alcanza, se realizarán limpiezas profundas: todos sueñan con ver el bronce de las lámparas brillando

Para el que quiera visitar esta isla del pasado, basta acercarse en horario de oficina. Aunque de la AFIP, dejan entrar al público y, más importante, lo dejan salir.

nuevamente.



La reja de seguridad inteligente

- PARA QUE NO ENTREN
- SE INSTALA SIN ROTURAS
- SE ADAPTA A CUALQUIER ABERTURA
- SIN DEMORAS EN LA ENTREGA
- CON VIA DE ESCAPE CONTRA INCENDIO MAS FUERTE QUE LAS TRADICIONALES
- PARA VENTANAS, PUERTAS, PORTONES, CERCOS, ETC.

4301-9666 / 4302-5802 info@sistemapar.com.ar



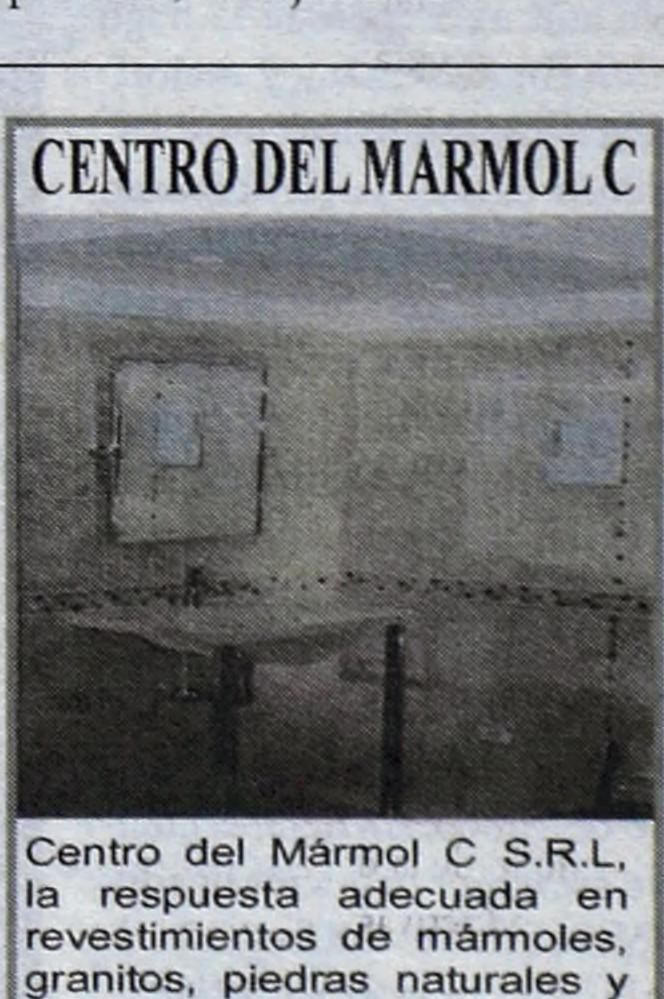
Planta Industrial - Administración:

Avellaneda 940/70 - Tel.: 4658-1973

(1704) Ramos Mejía

Prov. de Buenos Aires





Lavalle 3969 (C1190AAY) Capital Federal Tel.Fax: 4863-5420 / 5430 / 7040 e-mail :cmcsrl@infovia.com.ar

mármoles aglomerados.

Completando estos productos

con exclusivos diseños con

guardas, revestimientos linea

penta y vanitorys